

Ramses²,

Réseau d'excellence des centres de recherche en sciences humaines sur la Méditerranée

WPI 7 : Ecole doctorale d'été

21-24 avril 2008, Rabat, Maroc

Genre en Méditerranée.

Les femmes face aux transformations socio-économiques.
Conflits, négociations et émergence de nouveaux rapports sociaux

Organisé dans le cadre de l'axe Gender Action du réseau d'excellence Ramses², par le groupe de recherches FEMMAGH avec :

le Centre Jacques Berque (Rabat),
le LAMES (Laboratoire Méditerranéen de Sociologie, Aix-en-Provence),
le CM2S (Centre Marocain des Sciences Sociales, Université Hassan II Ain Choq, Casablanca),
le GREGaM (Groupe de recherches et d'études sur le genre au Maroc, GJC, Casablanca)
et l'Université Paris 7 - Denis Diderot ;

Avec le soutien :

de l'ANR (Agence Nationale de la Recherche),
du réseau d'excellence des centres de recherche en sciences humaines sur la Méditerranée (Ramsèsk, MMSH, Aix-en-Provence) ;
du CESEM (Centre d'études sociologiques, économiques et manageriales, HEM, Rabat),
de la Fondation Friedrich Ebert (Rabat),
du programme Fulbright de l'ambassade des Etats Unis au Maroc (Public Affairs Section, Rabat)
et du GCJ (Groupe des Jeunes chercheurs en sciences sociales, Casablanca).



Le difficile accès des tisseuses marocaines à la sphère commerciale

Myriem NAJI

Doctorante, Anthropology Department – Londres

Depuis plus de deux décennies, dans le Siroua et autour de Taznakht, la production intensive des tapis a transformé la vie des tisseuses, qui travaillent aujourd'hui sur leur métier de 7 à 12 heures par jour, toute l'année. Alors que jusqu'au début des années 1980, la production de tissage était une activité ponctuelle pratiquée par quelques foyers, en complément des autres activités domestiques (dont agricoles), aujourd'hui la grande majorité des foyers dans la montagne aussi bien que dans les région plus urbaines autour de Taznakht produisent des tapis pour le marché occidental (principalement à l'attention des touristes). Vers la fin des années 1980, cette activité devint si lucrative pour les familles productrices, le revenu de vente d'un tapis pouvant être aussi élevé que le salaire mensuel d'un employé de l'état, qu'elle attira des populations qui traditionnellement avaient un savoir réduit en matière de tissage. Aujourd'hui avec la concurrence de ces nouveaux arrivants, à la suite de la crise de 1991 et avec la demande de produits artisanaux bon marché par le marché international, le tissage n'apporte plus de revenu substantiel. A Taznakht, les femmes de mineurs par exemple, qui font partie de la classe moyenne, l'ont de ce fait abandonné. Par contre, dans la montagne surtout, pour les familles travaillant dans la niche des tapis de luxe pour un commanditaire régulier, cette activité peut représenter jusqu'à un tiers des revenus de certains foyers. Malheureusement, pour la grande majorité des autres foyers producteurs, la moyenne des prix des tapis a baissé au moins de moitié. Pire, certaines productrices recouvrent tout juste le coût de la matière première. Parmi les femmes qui produisent de manière intensive des tapis de qualité inférieure (en termes de matériaux utilisés et de savoir technique et esthétique), le sentiment d'exploitation et de frustration sont fréquents. Au contraire, les tisseuses qui fabriquent des tapis de luxe semblent développer une estime de soi et une confiance en leurs capacités à travers leur travail.

Malgré ce contraste entre ces deux types de production, les tisseuses dans leur ensemble partagent une relation ambivalente au tissage. Le terme '*tamara*' revient beaucoup en relation à cette activité, et décrit la pénibilité qui caractérise un travail répétitif, physiquement contraignant (immobilité dans une position assise prolongée) et qui altère le corps. Cependant, on peut noter que les femmes qui pratiquent le tissage sans interruption se plaignent davantage de douleurs physiques que celles qui mènent cette activité de front avec d'autres charges quotidiennes et qui s'octroient également quelques moments de loisirs. De fait, dans les familles où les activités féminines autres que le tissage ont disparu, comme à Taznakht, avec l'introduction de services et technologies (gaz, eau courante, électricité, boulangerie, laiterie) et l'abandon de l'agriculture, les femmes se retrouvent plus immobilisées dans leur maisons que celles des montagnes.

Toutefois, dans certaines familles de montagne, par exemple celles où le chef de famille est un marchand émergent, les femmes peuvent voir leur travail domestique alourdi par de longues heures de tissage que l'introduction de l'électricité solaire facilite. En parallèle à ces sentiments, on peut noter que la valorisation du travail et de la place des femmes dans les foyers ou au contraire leur dévalorisation, contribue à ce contraste entre tisseuses qui apprécient cette activité et celles qui travaillent à contre-cœur. Il a été noté que la contribution du travail des femmes artisanes à l'économie familiale, communautaire et nationale, voire internationale n'est pas reconnue (Mernissi 1979 a, b, Naji 2007). Pour toutes les tisseuses, la preuve de la valorisation de leur travail se situe dans le prix accordé aux produits de leur travail. En effet, quand les tapis sont bien payés, la famille dans son ensemble, y compris les femmes, en bénéficie.

Une caractéristique de mon terrain d'étude est la division sexuelle du travail et de l'espace entre femmes et hommes qui apparaît comme une opposition entre deux espaces : privé et public, de production et de commerce. Cette situation a été notée dans d'autres contextes culturels à travers le monde les femmes ne sont pas impliquées dans la vente et le transport des produits de leur travail, qui sont pris en main par les hommes (souvent leur parents) (Afshar 1981, Lever 1988, Mernissi 1979, Mies 1982, O'Brian 1999, Scrase 2003). Parce qu'il est caractérisé par la pénibilité, consommateur d'énergie et de temps, et basé sur le travail familial non payé, le travail artisanal est souvent pratiqué par les femmes. Mais quand le revenu de l'artisanat augmente, il arrive que les hommes prennent part à l'activité (Fontaine 1990, O'Brian 1999). Mais comment expliquer cette situation sans présenter les tisseuses du Siroua comme des victimes du patriarcat et du capitalisme mais plutôt comme des sujets actifs qui négocient leur capacité d'agir ou qui trouvent une forme d'identité culturelle dans la fabrication des tapis ?

Le cas des femmes du Siroua peut être comparé à celui des dentellières de Narshapur en Inde étudié par Maria Mies (1982). L'auteur montre que les dentellières sont exploitées par les commerçants et intermédiaires qui leur commandent les pièces, leur fournissent le matériel et collectent leur travail, qui sera une fois assemblé, vendu à l'étranger. Maria Mies lie l'organisation de la production en « cottage industry » et l'exclusion des femmes du réseau d'échange (agents, marchands, exportateurs) à une idéologie patriarcale qui considère le travail des dentellières comme prenant place durant le temps des loisirs, ou comme un passe-temps pratiqué par des femmes au foyer, plutôt que comme un travail en tant que tel.

Une analyse de la valeur du travail des femmes doit considérer non seulement la place du travail des femmes aux yeux des hommes, mais doit aussi tenir compte de l'évaluation par les femmes de leur propre travail, et comment elles le situent par rapport au travail des hommes. Car comme le note M'Closkey (2002: 85) Mies nous « donne une vision biaisée (partisane) des rapports de genre puisque nous ne savons pas où se situent les hommes ». En effet une étude des rapports de genre (relations entre femmes et hommes) doit certes examiner les prescriptions sociales qui définissent les identités féminines, mais doit aussi considérer les constructions des masculinités et les idéaux de masculinité qui construisent les comportements et les relations de genre (Connell 1987, 1995). L'un des objectifs de cet article vise donc à montrer comment les marchands de tapis du Siroua sont impliqués dans des rapports de pouvoir entre hommes, basés sur le statut social et l'appartenance ethnique, rapports qui participent à la construction de leur masculinité.

Cette étude questionne la validité épistémologique d'une focalisation sur la résistance à, ou le refus de la norme comme angle d'étude des changements sociaux. Nous postulons que s'il est intéressant d'analyser les rares cas de non conformité à la norme (ici en terme de forte mobilité physique et d'activité commerciale), il l'est tout autant de considérer en

creux le manque apparent de non résistance à la norme. Partant de la constatation d'un manque de transgression de la norme patriarcale, nous montrons pourquoi l'adhésion à la norme prend rarement des formes radicales. Nous tentons de montrer comment les femmes agissent à l'intérieur de la norme pour adopter et transformer les prescriptions et conventions qui définissent leur féminité dans les limites imparties par leur société. A partir du concept de subjectivation développé par Foucault (celui de l'Histoire de la sexualité), nous suggérons que les femmes du Siroua se réalisent comme morales à travers les « capacités à agir » (agency) spécifiques que leurs sociétés leur offrent. Nous utilisons aussi une définition dynamique de l'identité pour analyser les stratégies identitaires utilisées par les femmes pour habiter la norme.

Loin de nier l'exploitation de la force de travail des femmes par les hommes et le capitalisme international, ni les conflits de pouvoirs entre hommes et femmes, nous proposons au contraire de rendre compte des modalités et du processus par lequel cette exploitation peut exister. Nous proposons donc une ethnographie qui considère la construction de féminités mais aussi celle des masculinités dans une région rurale et pauvre du Maroc.

Après une courte considération du contexte des rapports de genre et des changements récents apparus dans les communautés de la région étudiée, nous décrivons l'état de la présence des femmes dans la sphère commerciale locale, en considérant les sources de l'exclusion des femmes de cette sphère : aux facteurs idéologiques (la représentation du souk) qui ont cependant des effets matériels (par exemple le malaise ressenti dans cet espace) s'ajoutent des facteurs structurels : l'organisation du commerce des tapis le long de la chaîne de distribution du village aux grandes villes. Nous montrons comment les hiérarchies spatiales, ethniques, de classe et de genre construisent les intermédiaires berbères qui circulent entre ces deux espaces dans leur masculinité. Nous analysons ensuite la représentation que les femmes ont du travail et du monde des hommes en situant ceux-ci par rapport à l'évaluation du travail et de la sphère domestique aux yeux des femmes. Ceci nous permet de discuter la question de la norme et de la capacité d'agir de manière plus théorique. Enfin, nous examinons de nouvelles initiatives qui peuvent être considérées comme d'économie solidaire pour demander si celles-ci permettent des alternatives à l'exploitation des tisseuses?

De lentes mutations sociales

Dans cette région des plus défavorisées du Maroc, les mutations sociales sont plus lentes ou subtiles et les mentalités plus conservatrices que dans d'autres régions rurales, par exemple dans le Moyen Atlas. Les infrastructures publiques sont très récentes ou inexistantes dans les montagnes¹, et l'abandon de l'agriculture augmente la désertification dans les régions non montagneuses. Les activités salariées sont rares pour les hommes eux-mêmes.

L'analphabétisme, surtout en montagne, est très élevé : les femmes de plus de 20 ne sont jamais allées à l'école et les jeunes générations quand elles s'y rendent ne dépassent pas le niveau primaire. Dans certains villages, les parents considèrent que l'éducation formelle de leur fille est inutile et pâtit à leur participation dans la production des tapis. Dans les familles qui ont beaucoup de main d'œuvre féminine, les plus jeunes filles sont souvent exemptes des travaux de tissage et peuvent donc aller à l'école. Il y a même quelques

¹ Par exemple, dans la montagne, certaines écoles primaires furent seulement construites vers 1995, les routes sont inexistantes, l'électricité est soit produite individuellement par ceux qui ont des panneaux solaires, soit au niveau du village par un générateur, il n'y a pas d'eau courante.

rare cas de filles qui sont envoyées au pensionnat du collège, situé à deux heures (de piste et de route) du village. A Taznakht, il y a un lycée que de plus en plus de filles fréquentent. Le nombre des filles abandonnant l'école après avoir réussi le cursus d'éducation primaire est estimé à 39.15 %². Les universités étant situées dans les grandes villes, à plus de 300 km, il est très rare que les jeunes filles continuent après le BAC, mais j'ai rencontré une jeune femme dont le mari ne voyait pas d'inconvénient à ce qu'elle se déplace régulièrement à Agadir pour poursuivre ses études universitaires. Elle n'avait pas l'intention d'avoir d'enfant tout de suite. Ce cas est exceptionnel, plusieurs hommes ont ainsi exprimé leur méfiance par rapport aux femmes éduquées, qui seraient plus enclines à se mêler de la manière dont les hommes gèrent leur argent, et interférer avec leur liberté.

Sous l'emprise croissante de l'influence urbaine et l'accès progressif des femmes à l'éducation, une lente transformation des valeurs et des structures sociales apparaît, surtout dans les régions urbaines comme à Taznakht. Les jeunes couples se séparent de plus en plus des beaux-parents, soit que l'épouse refuse de vivre avec ses beaux-parents, soit à l'initiative du fils, qui désire se dégager de l'emprise paternelle. Cette séparation de la maison du père apparaît plus timidement en montagne, où cependant de plus en plus de couples se choisissent. Ainsi, les cas de relations sexuelles pré-maritales et de jeunes femmes enceintes sans être mariées sont interprétés comme un moyen de pression exercé par les nouvelles générations sur leurs parents à cet effet. Une autre explication pour cette dérogation à la norme est l'influence des *telenovela* (mexicaines et arabes) maintenant accessibles dans la montagne qui donneraient des idées romantiques aux jeunes filles. Il y a donc là l'émergence d'une nouvelle conception de la féminité, du couple et des sentiments amoureux.

Les femmes dans leur majorité considèrent encore que le mariage est leur seule possibilité de mobilité sociale (avec le rêve d'émigrer en Europe). Cependant, de plus en plus de femmes de plus de 30 ans ne sont pas mariées faute de bons partis, les hommes ayant réussi leur carrière et travaillant à l'extérieur de la région, s'y mariant aussi. De plus, les femmes de conditions élevées refusent en général d'épouser des hommes plus pauvres qu'elles ou de statut considéré comme inférieur (*hartani*). Les femmes célibataires de famille riches tissent pour leur propre bourse, et socialisent autour du tissage dans leur propre classe.

L'intensification de la production sous la pression de la demande internationale de tapis bon marché entraîne un coût accru en terme de santé, de temps et d'énergie sans que le prix des tapis augmente, et donc un certain mécontentement des femmes qui se sentent exploitées par les marchands.

Malgré ces nombreux facteurs de mutations sociales (nouvelles relations de couples, éducation, célibat des femmes, travail intensif...), l'association traditionnelle entre statut féminin et sphère domestique ne semble pas être remise en cause par une redistribution importante des rôles en faveur des femmes et par l'accès de celles-ci à la sphère mercantile. Les femmes célibataires continuent à se comporter selon la norme de maîtrise sexuelle et souvent de travail pour leur père.

L'absence des femmes de la sphère mercantile

Si les femmes, depuis leur sphère domestique, sont de fait entrées dans la sphère économique, elles sont encore majoritairement absente des souks et n'ont pas accès aux

² Statistiques pour les années 1996 à 2000 (Boulahriss, 2000:15).

réseaux commerciaux. De fait, les femmes de la montagne ne se rendent jamais au marché (à moins qu'il n'y ait aucun homme dans leur famille ou leur voisinage qui ne puisse s'en charger) et à Taznakht, la majorité des femmes qui vendent elles même leur tapis au souk sont soit étrangères à la ville ou de statut inférieur (pauvre ou hartani). Le tabou de souillure attaché au souk signifie que même en ville, celles qui s'y rendent exceptionnellement pour y vendre un unique tapis, ne s'y éternisent pas. En régions urbaines, les femmes évitent ainsi les espaces fortement fréquentés par les hommes (souk, cafés, restaurant et leurs rues), mais elles fréquentent toutefois les boutiques des centres villes.

Au souk de Taznakht, l'interdit est cependant en train de s'éroder, surtout auprès des nouvelles générations éduquées venues d'autres villages. Mais les femmes qui aspirent à un statut élevé ou qui font partie des anciennes familles de notables locales se distinguent des autres femmes par leur refus de s'y rendre. Enfin, le souk est souvent incompatible avec les responsabilités domestiques des femmes, qui préfèrent y envoyer un membre masculin de leur famille ou qui confient leurs tapis à un intermédiaire (*dallâl*), qui pour un pécule se charge du transport et de la vente. La profession de *dallâl* s'est féminisée, prouvant probablement que cette fonction est dévalorisée et probablement en voie de disparition. En effet, à Taznakht une femme récemment émigrée des régions pauvres du sud occupe occasionnellement cette charge. Quant aux tisseuses, souvent de statut élevé, qui ont des liens de famille avec les marchands de tapis de Taznakht, elles leur vendent leur production ou obtiennent des commandes de tapis par leur intermédiaire.

L'organisation du commerce des tapis

A ces facteurs idéologiques, culturels et sociaux de l'absence des femmes dans les souk, s'ajoute celui de l'organisation du commerce des tapis, qui exclut les tisseuses de la sphère commerciale et les rend invisibles. Pour comprendre comment les marchands exploitent les inégalités locales (sociales, ethniques et de genre), il faut suivre les intermédiaires berbères le long d'une chaîne de distribution qui commence dans les foyers où les tapis sont produits par les femmes et s'arrête (avant de repartir vers les pays européens ou nord-américains) dans les grandes villes touristiques et en particulier à Marrakech où ceux-ci les transportent. Ce faisant, nous accompagnons les marchands berbères le long d'une trajectoire qui les construit dans leurs masculinités.

Au sommet de la chaîne d'approvisionnement en tapis, les marchands de Marrakech appartiennent majoritairement à la bourgeoisie citadine arabophone. Leurs intermédiaires, qui tentent de les concurrencer et qui sont pourtant contraints de négocier avec eux, sont issus de la petite bourgeoisie berbère montagnarde ou provinciale. Ils ont établi des relations de clientélisme ou ont des liens familiaux avec les productrices, via les hommes de leur famille. Ces intermédiaires berbères sont souvent eux-mêmes chefs de familles productrices de tapis. Ils s'approvisionnent au marché local hebdomadaire (souk) et passent des commandes auprès d'autres familles.

De leur position oligopolistique, les gros marchands utilisent la mobilité physique des intermédiaire et leur désir de vendre pour les piéger dans des relations de crédits. Ils leur laissent la responsabilité d'organiser, de stimuler la production dans les villages et de trouver de nouveaux produits et tapis plus anciens. En vivant à crédit aux dépens des intermédiaires, les gros marchands poussent ceux-ci à répercuter leurs pertes sur les plus faibles maillons de la chaîne d'approvisionnement. Ainsi, ils exploitent les inégalités sexuelles locales (division sexuelle des tâches et des espaces) pour obtenir des prix bas.

Les intermédiaires sont subordonnés par rapport aux marchands placés plus haut dans la chaîne de distribution, mais par rapport aux familles productrices, ils sont en position de pouvoir: ils accentuent l'isolement géographique des productrices, d'une part en s'assurant qu'ils sont les seuls à pouvoir accéder à l'échelon supérieur de la chaîne et, d'autre part en encourageant la concurrence entre elles. Ainsi, les bazaristes de Taznakht refusent de traiter directement avec les familles productrices pour les contraindre à vendre sur le souk où la compétition joue à leur avantage³. De la même manière, dans les villages, les marchands n'entrent pas en concurrence pour obliger les tisseuses et leurs familles à accepter leurs bas prix. Ces derniers sont souvent les parents des tisseuses et sont de même appartenance ethnique qu'elles alors que les bazaristes de Taznakht sont d'un autre groupe ethnique.

Au niveau des foyers, le travail des tisseuses n'est pas valorisé dans le discours⁴ de peur qu'une telle reconnaissance de leur participation économique au bien-être familial ne remette en question l'autorité du chef de famille et les avantages des hommes. De fait, les tisseuses sont souvent considérées comme un capital économique, et comme une main-d'œuvre gratuite et davantage corvéable que les hommes. Les marchands jouent sur cette dévalorisation du travail des femmes dans leurs transactions avec les parents masculins des tisseuses. Comme travail domestique collectif⁵, le tissage est payé à la pièce au chef de famille et non en salaire à chaque tisseuse, ce qui revient moins cher aux marchands. Les membres masculins des familles sont plus malléables que les femmes qui subissent le coût du travail (effort, temps, santé). Les transactions ayant lieu loin des yeux de celles-ci, les maris peuvent taire les prix obtenus, soit qu'ils en soient honteux, soit qu'ils veuillent garder un total pouvoir sur la gestion de l'argent familial. La solidarité familiale ou de classe est donc supplantée par la solidarité masculine, parce qu'en tant que groupe, les hommes bénéficient de la subordination des femmes.

Construction des masculinités

Nous proposons d'analyser les rapports de pouvoirs entre les hommes, et les conflits et contradictions des hommes, pour comprendre comment les modalités de leur construction identitaire affectent leur résistance aux changements des rapports sociaux de genre. Nous utilisons à cet effet le concept « d'hégémonie masculine » qui considère non seulement qu'il y a plusieurs manières d'être un homme, mais que certaines masculinités ont plus de valeur que d'autres. Tout comme les femmes doivent se conformer à une représentation idéale de la féminité, les hommes subissent des pressions sociales pour se plier à une norme dominante ou « hégémonique » de ce qu'un homme doit être. .“ Les hommes ont

³ En outre, une hiérarchie a été créée entre la production contractuelle pour un marché de luxe et la production indépendante plus ordinaire. Cette dernière est échangée sur le souk alors que la première (création contemporaine ou reproduction d'anciens) va directement aux gros commerçants de Marrakech afin d'écartier le risque de reproduction.

⁴ Cependant, il peut l'être dans la pratique, quand le chef de famille accepte d'investir une forte somme d'argent dans la construction d'une cuisine comprenant des plans de travail carrelés, un évier et un robinet. Si pour les hommes de tels aménagements ne changent rien au bon fonctionnement de la maison, pour les femmes ils apportent un confort remarquable. Ils marquent leur statut élevé dans leur village, tout en donnant une haute idée de leurs attentes et de leur place dans leur famille à leur potentiels maris.

⁵ Le travail des tapis est rarement la responsabilité d'une seule femme; dès l'ourdissage, des voisines peuvent être sollicitées pour cette étape qui demande d'autant plus de main-d'œuvre que le tapis est large. Les tapis de plus de 2 mètres nécessitent au moins cinq tisseuses qui travaillent côte à côte. Le chef d'équipe est en général la meilleure tisseuse (ou la mère), elle est responsable de l'ensemble du tapis autant structurellement (respect des dimensions, régularité du tissage) qu'esthétiquement (symétrie des motifs, cadre et motif central).

plus de possibilité de manœuvre que les femmes, mais la différence est une question de degré.’ (White 1995 :17).

Dans le Siroua si les femmes se réalisent par le mariage, les hommes le font en trouvant les moyens de subvenir aux besoins de leur future famille et de leurs parents. Dans la montagne les options sont limitées pour ceux qui sont sortis du système scolaire (école coranique ou école publique). Dans la hiérarchie des métiers, le travail salarié à la ville, voire un emploi à l'étranger se situe au sommet de l'échelle de valeur tandis que le travail agricole est le moins considéré. Le métier de marchand représente la réussite sociale, un idéal à atteindre, mais aussi un type de masculinité hégémonique (Connell 1987, 1995). Il donne accès à la consommation, la possibilité d'une vie secrète, et libérée du regard social en même temps qu'un statut relativement élevé lié au capital financier et au prestige attaché à la liberté de se déplacer. La figure paternelle (qui peut aussi être l'oncle aîné paternel) est à la fois enviée et admirée par les cadets qui en dépendent pour pouvoir accéder à un emploi et pour se marier. En attendant, ils font des travaux subalternes comme ceux de laver et vieillir les tapis, qui ne permettent pas d'aller au delà de Taznakht. Cette attente pour entrer dans le monde des adultes est décrite par Bayart (2006) comme une expérience liminale jouant un rôle de rite de passage à travers lequel on devient adulte. En devenant marchand, ils peuvent parfois se libérer de l'emprise du père qui souvent ne veut pas relâcher ou partager une partie de son pouvoir de gestionnaire du capital familial. Cependant, ils entrent souvent dans une autre relation de subordination avec les marchands qui se trouvent au-dessus d'eux dans la hiérarchie de la chaîne de distribution, souvent un parent autre que son père, frère aîné ou oncle paternel, qui est déjà lui-même commerçant. En effet, la plupart des notables de villages ont plusieurs sources de revenu : en plus des produits de leurs terres qui leur apportent une certaine auto-suffisance et des sources de revenus (safran, amandes, bétail), ils peuvent posséder (parfois entre plusieurs frères) une ou plusieurs petites entreprises (épicerie villageoise qui fait aussi fonction de moulin, magasin de laine et teintures, vente de tapis, transport par camion ou transit van des villageois et marchandises).

Les marchands de tapis ne constituent pas un groupe homogène : certains vendent occasionnellement leurs tapis dans les souks locaux, d'autres se déplacent une fois par semaine à Marrakech partant le samedi et ne revenant que le mardi. Pour ces derniers, les voyages sont coûteux en argent mais aussi physiquement et symboliquement, puisque aux conditions de transport et de vente difficiles s'ajoutent des relations de subordination aux gros marchands de Marrakech. Y compris pour ceux qui vendent sur les *souks* locaux, cette relation de subordination est vécue comme une féminisation temporelle, où l'on doit attendre pendant des heures, assis dans un endroit poussiéreux et salissant d'attirer l'attention d'un acheteur, à qui l'on doit alors servilement présenter le tapis, avant de recevoir toutes sortes de critiques sur sa qualité, critiques qui ouvrent le marchandage. Une fois la transaction terminée, il faut refermer le ou les tapis, les replier, et attendre de nouveau le prochain acheteur si la transaction n'a pas été heureuse. Vendre demande une discipline de soi puisqu'il faut contenir sa colère, ou se transformer en une personne plus conciliante que l'on ne l'est dans d'autres circonstances.

De fait, le marchand de tapis, qui peut être en l'occurrence simplement le mari, le père ou le frère d'une ou plusieurs tisseuses, est partagé entre au moins deux identités, une de dominant prestigieux quand il est dans sa famille ou son village, une de subalterne quand il traite avec les autres marchands placés plus haut dans la chaîne de distribution. Au sommet de celle-ci, à Marrakech, il se sent le plus vulnérable, étant tout à la fois un rural, d'une ethnie considérée inférieure, moins éduqué, n'ayant ni l'aisance physique et langagière du bourgeois Marrakchi, ni son capital social et culturel. Ceux-ci représentent une autre forme « hégémonique » de masculinité, une classe inatteignable de pouvoir et

de richesse, un modèle d'exploitation des autres que l'on peut admirer, mais aussi contre laquelle on a du ressentiment et de l'amertume. Dans les souk de Marrakech, les intermédiaires sont régulièrement confrontés à leur propre impuissance devant les inégalités sociales, ayant l'information sur les tapis qu'ils leur fournissent, mais ne pouvant accéder aux acheteurs. D'un autre côté, ils doivent s'estimer heureux d'être engagés dans une relation à un grand marchand car la concurrence est grande entre intermédiaires berbères pour obtenir une telle position. En effet, ceux-ci ont créé un système de sélection par référence des intermédiaires, ce qui encourage leur compétition et facilite leur acceptation du système de crédit où les gros marchands les piègent.

Les intermédiaires berbères sont inscrits dans une relation de « marchandage patriarcal » (*patriarchal bargain*) par rapport à d'autres hommes puissants, comme le sont les femmes décrites par Kandiyoti (1988) par rapport à leurs belles-mères, puisqu'en perdant du pouvoir dans les cités arabes, ils en gagnent dans leur société d'origine. Cette attente est moins longue que celle des femmes qui doivent attendre la vieillesse pour devenir belle-mère et enfin accéder à l'autorité. Mais leur pouvoir (ou leur masculinité) est vulnérable, menacé et sans cesse à reconstruire ou renouveler par un continuel aller et retour entre le village et la cité. Dans le premier espace, leur voyage leur donne du pouvoir et un statut, dans l'autre ils vivent mal la perte de cette autorité et de ce prestige. De plus, les hommes s'ils n'ont pas atteint un certain niveau d'étude se trouvent dans une situation où ils n'ont même pas l'équivalent du savoir technique des femmes tisseuses. Et les femmes sont tout à fait capables d'acquérir le savoir commercial. Pour devenir des hommes, il se peut qu'ils aient à résister sur les deux fronts : celui des femmes et celui des hommes qui ont plus de pouvoir qu'eux. Aussi, pour que les hommes abandonnent leurs avantages, et des comportements et pratiques qui les constituent dans leur identité masculine et à travers lesquels ils gagnent de la valeur sociale, il faut qu'ils aient d'autres moyens de se réaliser et de gagner un statut.

Construction par les femmes de la valeur du travail des hommes (et des femmes)

Ici plutôt que de considérer que les femmes participent à leur propre subordination essentiellement parce qu'elles savent qu'elles auront du pouvoir dans leur vieillesse, j'analyse le « marchandage patriarcal » comme une stratégie, non pas en attendant d'avoir du pouvoir, mais parce qu'elles considèrent que leur part du contrat est meilleure que celle des hommes.

Mais tout d'abord, je souhaite placer le travail de la laine dans la hiérarchie des autres travaux pratiqués par les femmes. Dans ce sens, l'espace domestique ne se limite pas à la maison mais englobe la fontaine du village où elles puisent l'eau et lavent le linge de la famille, le potager familial qui peut être enclos dans le village ou s'étendre sur ses frontières, mais aussi les champs et les pâtures qui peuvent se trouver jusqu'à 10 kilomètres du village. La distribution des tâches domestiques entre les femmes est basée sur plusieurs critères, principalement la hiérarchie d'âge et de statut d'une part et la pénibilité des travaux d'autre part. Alors que les femmes de statut élevé et adultes ou d'un certain âge, se déplacent peu à l'extérieur de la maison, les jeunes filles se chargent d'aller chercher le bois pour le feu, les herbes pour les animaux et de laver le linge. Elles participent aussi aux moissons. Dans la hiérarchie des travaux, les travaux des champs sont au plus bas de l'échelle, suivi des travaux extérieurs pénibles, demandant de longues marches et impliquant une longue exposition au soleil. Mieux vaut rester à la maison à tisser que de moissonner. Le tissage est cependant le pire des travaux pratiqués en intérieur. Bien entendu, ces hiérarchies sont dynamiques et souples et dépendent de la présence ou non d'une importante main d'œuvre. Aussi, il arrive que des femmes adultes

de position relativement élevée aillent aux champs parce qu'il n'y a personne d'autre pour y travailler, ou que certaines jeunes filles soient dispensées du tissage par exemple parce que filles uniques et que leur père n'a pas l'ambition d'une promotion sociale grâce au travail du tissage.

Sans aller aussi loin que Abu-Lughod (1989 : 294) qui affirme que les femmes en savent plus sur le monde des hommes que ceux-ci sur celui des femmes, je dirais que dans le Siroua, les femmes en savent assez sur le monde des hommes pour ne pas vouloir en faire partie. Si les hommes officiellement ne reconnaissent pas la valeur du travail des femmes, celle-ci évaluent le travail des hommes par rapport à leur propre rejet et peur de l'activité commerciale, et ce qu'elle implique de sacrifices et de contraintes corporelle. Le souk est encore vu comme un lieu de souillure, même dans des régions moins conservatrices où les femmes fréquentent les *souk* plus régulièrement comme à Khemisset, où j'ai noté que les jeunes tisseuses ne s'éternisent pas, vendant à la première personne qui est intéressée. De plus, le commerce des tapis implique une exposition aux regards des hommes et à leur corps, dans les transports en commun ou dans le souk lui-même. Le lieu est désagréable à bien des égards, salissant, n'offrant aucune protection contre le soleil, le vent froid et la poussière, ni aucune possibilité de s'asseoir, mis à part à même le sol sablonneux ou sur les marches froides de quelques boutiques.

Le mot « voyage » (travel) en anglais a le sens de travail⁶, et c'est ainsi qu'elles le voient : inconfort, manque de sommeil, séparation prolongée et renouvelée du foyer, confrontation à un monde hostile et difficile. Leur perception de leur statut social fait qu'elles sont conscientes que les hommes sont souvent forcés de vendre leur tapis à bas prix. Même si les hommes tentent de sauver la face devant les femmes de leur famille et ne mentionnent pas leur position subordonnée par rapport aux marchands plus riches, celles-ci ne sont pourtant pas dupe des relations de pouvoir existant entre les hommes, connaissant par exemple le traitement que subissent les jeunes frères par rapport au frère aîné.

Au moins jusqu'à ce qu'elles se marient, les femmes voient les attentes sociales qui pèsent sur les hommes comme étant plus lourdes que les leurs puisqu'ils doivent subvenir aux besoins de leur famille et de leur parents. Elles les considèrent comme mieux préparés que les femmes pour gérer ces relations de pouvoir entre hommes. À travers la production de tapis, les femmes créent leur monde comme domestique et stable, séparé, et opposé à celui, incertain et inconfortable, des hommes.

Enfin, elles considèrent que, loin d'être contraire à leur intérêt, le pouvoir des hommes dans la maison et son autorité sur les femmes est synonyme de pouvoir des hommes dans le monde public, pour le bénéfice des femmes de leur famille. En effet, ce sont les capacités de négociation et de socialisation de leurs parents masculins, qui ont permis dans les familles travaillant avec des commanditaires réguliers, de trouver ces derniers et de les satisfaire. Ces patrons en fournissant à ces familles un revenu régulier, leur permettent de gagner un statut important dans leur communauté, et donc assurent plus de chance de mariage prospère aux jeunes femmes et une vie plus facile aux femmes plus âgées. Ces patrons aident aussi leurs clients dans d'autres affaires avec le monde arabophone hostile (administratif par exemple), mais aussi leur procurent des produits difficiles à acquérir (des panneaux solaires, une parabole) ou des crédits financiers.

En travaillant la laine, en se transformant elles-mêmes, les tisseuses construisent donc la société des hommes. Elles se construisent elles-mêmes comme sujets moraux, comme permettant par leur travail productif et reproductif, aux hommes d'être les sujets qu'ils sont.

⁶ Du français « travail ».

Ceci est vrai pour les hommes qui se créent un statut à travers la vente des tapis, mais aussi du point de vue des cadets, qui grâce au revenu tiré de la vente des tapis, peuvent réduire leur travail agricole, l'argent liquide permettant la consommation de denrées alimentaires offertes sur les marchés (couscous de blé, légumes). Les femmes considèrent donc leur travail et celui des hommes comme complémentaires. Munis de cette perspective, on peut apporter une explication supplémentaire à l'interprétation que Mies fait du manque d'organisation politique des dentellières de Narshapur (Miès 1982). Elle attribue celle-ci au fait qu'elles sont isolées dans quelques maisons, et qu'elles sont considérées comme pratiquant cette activité comme un loisir. Notre approche cependant permet de prendre en compte d'une part que la majorité des tisseuses sont impliquées dans des relations familiales avec les hommes qui pratiquent le commerce, et d'autre part d'explorer la nature de leurs relations à ces hommes.

Capacité d'agir et norme

Pour aller au-delà de l'assomption de la reproduction de la norme définie par Bourdieu à travers sa théorie de la pratique, nous utilisons les apports d'une anthropologie du savoir qui considère le savoir comme dynamiquement et socialement construit à travers la participation dans une communauté de pratique (Lave and Wenger 1991). Selon la notion de communauté de pratique, les femmes d'une communauté par la pratique du tissage⁷ apprennent non seulement à tisser, mais aussi gagnent une place dans une communauté et la reconnaissance de celle-ci. Il y a donc une dimension personnelle d'appropriation de savoir et de valeur qui va de pair avec la dimension collective de formation identitaire.

La pratique n'est pas seulement le lieu de la reproduction, elle contient aussi les germes du changement en ce que de nouvelles personnes apportent de nouvelles idées, actions et procédures, et donc transforment la pratique et la manière de voir le monde de leur communauté. Cette perspective sur le savoir va de pair avec une conception dynamique de l'identité comme corporelle, située, négociée et créative, c'est-à-dire comme le résultat d'une relation corporelle avec le monde et située dans une culture plutôt que statiquement déterminée par elle. L'identité est un processus négocié à travers lequel les individus-en-devenir de manière créative et activement utilisent leurs ressources culturelles pour se construire en tant que sujets. Plutôt que de suivre un groupe de prescriptions ou d'y résister, les femmes usent de leur capacité de négociation pour trouver des « stratégies à l'intérieur de la norme » (Kandiyoty 1988). Elles interprètent, improvisent, assemblent les prescriptions et conventions sur la féminité de manière créative dans les limites que leur société leur permet, pour se façonner une image de soi acceptable.

Par le travail de la laine, les femmes du Siroua effectuent un travail sur soi, elles deviennent actrices dans leur construction en tant que sujets moraux féminins. Cette relation à l'activité n'est pas homogène ; elle change aussi selon les circonstances, la durée de la pratique et son intensité, leur statut, le type de matérialité produite... Une tisseuse peut percevoir le tissage comme tout à la fois épanouissant et épuisant, agréable et douloureux. A travers leur action corporelle sur la matière, elles trouvent une possibilité d'agir malgré voire grâce à la contrainte. La discipline en effet est une modalité de l'apprentissage et peut être source de satisfaction. La fabrication d'objets, surtout quand ceux-ci impliquent une part de créativité, a souvent une double dimension de maîtrise de

⁷ En analysant le tissage comme construisant partiellement les tisseuses, je ne prétends pas à recouvrir toutes les facettes de la subjectivité des tisseuses du Siroua. Le tissage est une pratique parmi d'autres qui constituent leur identité.

soi et de contrôle de la matière et de l'environnement. Les tisseuses peuvent se sentir exploitées en tant que travailleuses mais le tissage peut s'avérer être une stratégie de contrôle sur leur vie et celles autour d'elles, y compris les hommes. La tisseuse vertueuse et techniquement et esthétiquement experte correspond à une forme de féminité conventionnelle ou idéale. On ne peut toutefois affirmer que cette féminité conventionnelle n'est définie que par une acceptation de leur subordination et une accommodation des intérêts et désirs des hommes (Connell 1987 :183) puisque ces femmes satisfont aussi leurs propres désirs.

La discipline de tisser est donc à la fois contraignante et habilitante, imposition et pouvoir d'action. Le concept de subjectivation développé par Foucault (1994) contient cette idée d'imposition par la société et de prise en charge par le sujet de normes. Comment le sujet en vient-il à désirer la norme, telle est la question à laquelle la notion de subjectivation répond. La notion de valeur, qui est au centre de ce concept, fait le lien entre le désir et la norme, entre le pouvoir d'action des individus et les représentations sociales. Le désir, selon Foucault, est ce qui pose la question de l'action morale et du gouvernement de soi. On agit en s'inscrivant dans un réseau d'action sur les actions des autres. Foucault distingue la morale de l'éthique de la manière suivante: alors que la morale correspond aux normes sociales, l'éthique est le processus à travers lequel un sujet travaille sur soi pour arriver à un état d'être particulier. Cet exercice de la discipline sur soi n'est pas le fait d'un sujet libre, autonome, agissant efficacement sur soi mais plutôt le produit de pratiques et d'injonctions historiques et sociales.

Dans une étude sur les mouvements islamistes féminins en Egypte, Mahmood suggère que le pouvoir se situe aussi dans les relations de subordination spécifiques qu'une société offre : « (...) la capacité d'agir est impliquée non seulement dans les actes de résistance aux normes mais aussi dans les multiples façons dans lesquelles chacun(e) habite une norme » (Mahmood 2005, 15). Ainsi les dévotes musulmanes, grâce à leurs pratiques corporelles se dotent de qualités et de capacités spécifiques qui leur permettent d'habiter et de vivre le pouvoir des normes. C'est justement la dimension contraignante des techniques de soi qui habilite le sujet. Le tissage favorise et renforce des formes particulières d'investissement, de désir et d'action où le savoir technique est inséparable d'un savoir sensoriel, émotionnel, moral et social sur soi et la société. Mais le manque de reconnaissance et la qualité basse des matériaux peuvent aussi leur enlever cette forme d'exercice de pouvoir sur soi et sur la matière (mais aussi sur les autres).

Le travail de laine naturelle (*taddut*) associé autrefois avec la « *baraka* » est encore considéré positivement même si la laine n'est plus 100% naturelle et est industriellement filée. La production des objets tissés liée dans le passé à la reproduction de la société, en couvrant et protégeant les corps contre les éléments, l'est encore aujourd'hui puisque le revenu tiré des tissages fournit de quoi se nourrir. Néanmoins contrairement au passé, le travail de la laine n'est plus une occasionnelle activité pratiquée quand tous les autres travaux domestiques et agricoles sont finis. Du fait qu'il occupe maintenant les tisseuses parfois toute la journée durant, cette relation au tissage peut devenir très négative. Quand la fin d'un tapis implique le commencement d'un second, en une succession qui ne cesse jamais, le tissage peut être perçu comme enlaidissant et vieillissant leur corps. Les femmes de cette région sont en effet partagées entre deux images contradictoires de la féminité : celui de la femme industrielle et morale, et celui de la femme ronde et inactive. Cette dernière prescription, peut-être importée de l'espace urbain, correspond à un idéal de féminité en ce qu'il est l'apanage/prérogative des femmes riches, qui se dépensent peu physiquement. Le tissage est perçu non comme tonifiant ou musclant leur corps mais comme l'amaigrissant et le rendant informe. Dans ces cas-là les femmes peuvent user de stratégies pour réduire leur frustration ou souffrance : certaines prolongent la durée des

périodes de vacances entre la fin d'un tapis et le commencement du suivant ; d'autres prennent des pauses de plus en plus fréquentes, d'autres choisissent de se marier dans une famille où l'on ne pratique pas le tissage...

Les exceptions : femmes hors normes ou femmes commerçantes

Amal, ou le coût de sortir de la norme.

Une femme éduquée (niveau universitaire) s'est ainsi retrouvée sans emploi pendant trois ans après avoir été diplômée. De ce fait, elle a dû retourner dans sa famille pour travailler en tant que tisseuse. Le retour forcé à cette activité a été très mal vécu, même la compagnie des autres femmes lui semblait ennuyeuse. Elle ne trouvait aucune empathie chez sa mère, une femme qui a souffert de la faim et du froid dans sa jeunesse, et considère cette génération trop gâtée. Contrairement aux femmes qui trouvent une consolation dans l'espoir du mariage, Amal cherche à se réaliser avant tout à travers sa carrière et son développement personnel. Elle a une soif de savoir, une grande indépendance d'esprit et des idées féministes. Par sa forte mobilité physique, son niveau d'éducation très élevé et par sa carrière, Amal est une femme exceptionnelle qui, par rapport aux autres femmes locales, occupe une place dans le monde masculin. Bien qu'elle ne semble pas préoccupée par les questions de mariage, on peut se demander quelles chances elle a de se marier dans sa propre société.

Farida, ou la remise en cause du travail pour le père et de l'autorité paternelle

Farida une jeune montagnarde de 22 ans, est orpheline de mère, et elle déteste sa belle-mère autant qu'elle méprise son père. Elle aurait même frappé celui-ci lorsqu'il aurait tenté de la molester. Elle préfère travailler gratuitement pour une famille voisine de commerçants. Elle serait amoureuse de leur fils ; amie de leur fille, elle travaille avec elle sur leurs tapis, et a acquis une partie de son savoir avec la mère de celle-ci. Ambitieuse, elle a travaillé comme femme de ménage en ville dans sa famille étendue. Après qu'ils lui aient donné congé et l'aient renvoyée dans son village, elle menacé de retourner chez eux de sa propre initiative (c'est à dire de prendre les transports publics seule), défiant de ce fait (au moins dans le discours) l'interdit sur la mobilité des femmes. Son comportement instable et son manque de maîtrise de soi (*hshuma*) probablement avait justifié leur décision, mais aussi son espoir d'épouser l'un des fils. De retour dans son village, elle a aussi remis en cause l'interdit sur la pudeur en paradant dans une sorte de jogging en laine sans jupe, un acte de défiance et de transgression exprimant sa modernité et son indépendance, mais aussi sa compétition avec d'autres femmes. Ses performances discursives et physiques lui ont valu d'être considérée comme une future candidate à la prostitution, certain jeunes hommes prédisant qu'elle finirait à Taroudant. Son comportement ne la qualifie probablement même plus pour aucun mariage. Comme tisseuse, le fait qu'elle soit vue comme amoral, lui enlève la reconnaissance de son savoir-faire technique qui dans l'esprit des autres tisseuses ne peut qu'être à la hauteur de sa moralité.

Malika, une commerçante de tapis

Malika, est la seule femme commerçante que j'ai rencontré dans la région. Mariée, 35 ans, elle a plusieurs enfants et est originaire d'un village arabophone au sud de Taznakht,

d'où elle transporte ses tapis jusqu'à Taznakht. Elle parle berbère et arabe et elle sait lire et écrire. Sa mère, une femme de forte personnalité et pleine de ressource, est la veuve d'un mineur et possède une maison à Taznakht. Elle fut, avec ses filles, l'une des premières femmes de Taznakht à contacter une entreprise de micro-crédit, à Ouarzazate, à 90 km de Taznakht, plusieurs années avant qu'une telle aide soit offerte aux femmes de Taznakht (2003). Dans la famille de Malika, les femmes se soutiennent pour rembourser leurs crédits, échangent et se vendent des produits. En effet, Malika exploite des champs de henné et vend le henné et des mélanges d'épices à son réseau de femmes à Taznakht.

Elle a travaillé dans sa jeunesse dans un atelier de tapis à Marrakech. Malika a d'abord tenté de créer une association, suivant l'exemple d'une femme de Foug Zguid, de plus de 60 ans, qui gère une coopérative de tapis dans cette ville et a bénéficié d'aides gouvernementales dans les années 1970. Aujourd'hui, elle pense convertir son entreprise en coopérative parce que sa conception de la répartition des revenus tirés du tissage ne correspond pas à celle des autres membres de l'association. En effet, elle considère que son travail de transport et de vente des tapis, doit être récompensé par une plus grosse part du bénéfice. Ses fonctions de commerçante lui donnent donc une part de masculinité, et de fait, elle agit comme un intermédiaire, obtenant des commandes des bazaristes de Taznakht et payant les tisseuses une somme inférieure à celle que les tisseuses de Taznakht demandent. Elle exploite probablement la force de travail de ses filles et parentes qui n'ont d'autres moyens de revenu. Elle espère un jour construire une boutique-atelier sur la route de Zagora qui passera non loin de son village, et sera fréquentée par des touristes occidentaux. Elle projette aussi d'apprendre à conduire une mobylette. Son mari n'interfère pas dans ses fonctions. Deux facteurs probablement expliquent cette relation de couple peu usuelle : il est son cousin, les deux familles sont très proches et il ne peut exercer sa profession de maçon ayant une allergie au ciment. Elle se trouve de fait dans une quasi-situation de chef de famille monoparentale, dans la mesure où elle subvient aux besoins de sa famille, et doit souvent trouver de l'argent pour payer les fournitures scolaires et autres effets de ses fils. Elle a la personnalité d'une femme d'affaire : elle sait négocier avec les autres marchands, elle sait gérer un budget (elle a pris plusieurs crédits avec différents organismes, notamment la Banque populaire). Elle est créative, renouvelant constamment la décoration de ses tapis, et recherchant de nouvelles idées de tapis en fréquentant le souk et les magasins des marchands. Elle a de l'énergie et de l'ambition, mais comme tous les petits marchands, elle manque d'accès aux acheteurs occidentaux, et de capital financier, social et culturel (langues européennes en particulier). Elle bénéficie de l'aide de ses filles qui prennent sa maison en main quand elle est absente.

Peut-on considérer Malika comme résistant à la norme patriarcale ou simplement comme ayant des stratégies de survie ? Plus qu'en conflit avec son mari, elle semble en compétition avec les autres commerçants. J'ai rencontré d'autres cas de femmes ayant de telles positions de pouvoir dans des coopératives à travers le Maroc. On peut se demander si la prise en charge du commerce, généralement considérée comme responsabilité masculine, peut leur faire perdre leur statut social et moral, ou si au contraire, elles en viennent à prendre de telles responsabilités parce que les risques ne sont plus si importants, soit qu'elles soient déjà mariées ou qu'elles n'aient plus de possibilité de se marier. Les femmes des coopératives, associations ou autres initiatives alternatives délèguent en général la charge de la vente parce qu'elles ont déjà d'autres charges lourdes ou n'ont pas une telle personnalité. Les femmes qui en ont la charge, en tirent beaucoup de pouvoir, mais en général ont une personnalité forte que les circonstances ont permis de se réaliser pleinement, souvent grâce à l'aide d'autres

femmes. Elles ont souvent aussi eu un 'mentor', un rôle modèle féminin qui s'est impliqué sur la scène publique, et les a aidé financièrement et moralement dans ces projets.

Des alternatives à l'exploitation des tisseuses ?

La position de monopole des marchands est contestée par de nouveaux arrivants occidentaux et marocains qui donnent une meilleure part de revenu aux tisseuses pour la production de tapis contemporains et leur fournissent des alternatives de lieu de vente. Le projet de Wilfried Stanzer⁸ ne diffère pas beaucoup de celui des entrepreneurs de l'époque coloniale qui attendaient des tisseuses un rôle d'exécutantes, c'est-à-dire une exacte copie du modèle. L'augmentation du travail des femmes qu'occasionne la réintroduction d'anciennes techniques de filage, est compensée par un paiement qui se dit raisonnable⁹.

En revanche, Susan Davies, anthropologue américaine, qui vend depuis 2001 sur un site en ligne¹⁰ des tapis produits par les femmes du village de N'Kob dans le Siroua, comme produits du commerce équitable, laisse aux tisseuses une entière liberté de choix esthétique et de prix de vente de leurs tapis. Elle se positionne comme voulant changer les relations de genre, mais n'a pas pu trouver une femme dans le village qui accepte de se charger de la gestion des commandes et du transport des tapis jusqu'à Ourzazate, d'où ils sont envoyés aux Etats Unis ou au Japon. Son projet remet en question l'exclusive mainmise des hommes sur la sphère commerciale. D'abord, elle rend les tisseuses visibles pour les clients occidentaux, montrant des photographies de certaines des tisseuses dans leur environnement, et en donnant une petite biographie. De plus, elle déstabilise l'association du commerce avec la masculinité, puisqu'en devenant une vendeuse de commerce équitable, elle devient de fait une intermédiaire entrant en concurrence avec les autres intermédiaires berbères. Enfin, elle donne aux femmes qui ont les moyens d'attendre de vendre leurs tapis, une idée de leur valeur (même si celle-ci peut être argumentée comme non représentative et excessive) et l'envie de vendre ou produire pour leur propre compte. Ainsi, Jalila aimerait suivre l'exemple de sa sœur aînée à Marrakech et ouvrir son propre atelier de tissage¹¹. Ayant travaillé avec sa sœur, elle est consciente des difficultés que cela implique de gestion des jeunes tisseuses et de leurs parents, mais se sent capable de le faire.

Ce projet n'est pas sans contradictions, par exemple le fait que Susan Davies soit devenue un intermédiaire elle-même, qui ironiquement doit utiliser une deuxième intermédiaire, de sexe masculin, bien qu'elle considère l'idée de le payer avec réticence, mais il a le mérite d'être encourageant et potentiellement une source d'inspiration pour les tisseuses.

À Taznakht, une association vend les tapis des tisseuses au nom du commerce équitable et de l'aide aux femmes. Cette association¹², originellement créée par plusieurs jeunes (dont des femmes), est maintenant sous la responsabilité d'une famille. Le choix des prix revient aux tisseuses qui délèguent la commercialisation à l'association, auprès de laquelle elles laissent leurs tapis en dépôt, avec possibilité de les récupérer si elles le désirent.

⁸ Entrepreneur autrichien, auteur et éditeur de deux livres sur les tapis marocains.

⁹ 5 à 10 euros de plus que le prix de vente d'un tapis ordinaire à un marchand local.

¹⁰ Marrakesh express : http://d2ssd.com/www-source/me_gallery/me_gallery.html

¹¹ Elle n'en a pas les moyens financiers et espérait que Susan Davies pourrait l'aider

¹² Association Espace Taznakht : <http://www.espacetaznakht.com/>

Les prix sont négociables — les touristes marchandant systématiquement — mais les tisseuses gagnent toujours davantage que si elles vendaient aux marchands locaux.

Dans une optique de développement durable et d'autonomie, les membres émigrés (à l'étranger ou dans les villes marocaines) de l'association Migration développement, ont entrepris, vers 1995, un autre projet de tissage à Taliouine dans la région de Taznakht. Bien qu'il ait échoué, en partie en raison de difficultés d'écoulement de la marchandise, le projet était innovant en ce qu'il fournissait aux tisseuses un microcrédit (matière première et outils) remboursable sur plusieurs années. Cependant, les tisseuses n'étaient pas satisfaites d'avoir à rembourser le crédit. Les tisseuses laissent, ici aussi, la commercialisation des tapis à l'association, qui vendait les produits par Internet et dans des lieux d'exposition.

Face à la compétition de ces nouvelles initiatives qui peuvent être qualifiées d'économie solidaire, certains bazaristes commencent à utiliser le discours sur l'aide aux femmes comme argument de vente : ils ont changé le nom de leurs boutiques qui maintenant incluent une référence à 'la femme berbère' ou se présentent comme associations travaillant au bénéfice des tisseuses. De même, les hommes membres des coopératives créées dans les années 1980 disent aider les productrices moyennant, de leur part, le prélèvement d'un faible pourcentage, alors qu'ils sont en réalité un groupe d'entrepreneurs exploitant tout autant le travail des tisseuses que les autres bazaristes.

Quelles sont les potentialités de ces différentes initiatives ?

L'utilisation par les vendeurs de discours teintés de commerce équitable et de souci de l'aide aux femmes comme argument de vente de manière publique (puisqu'affiché sur les devantures de boutiques) ne pourra que sensibiliser les femmes à leurs droits. Avec les visites de plus en plus fréquentes des touristes dans leurs maisons, les femmes s'investissent de plus en plus dans la vente proprement dite, même si les intermédiaires (guides et leurs parents masculins) gardent la charge des transactions et négociations des prix. Pour celles qui ne participent pas directement aux transactions, leur présence durant les transactions leur permet de d'acquérir des techniques de vente. L'absence des hommes de la maison peut aussi être l'opportunité de tester leurs propres capacités. Elles gagnent aussi un savoir sur les prix et les attentes des acheteurs sur le sens de leur travail et elles peuvent se mettre en scène en montrant comment tisser et en expliquant les difficultés. A N'kob Lala Anaya, une tisseuse de plus de 40 ans, est ferme, polie et positive alors que son mari était agressif et impatient, usant d'intimidation pour convaincre l'acheteur. Elle est à l'écoute et ses réponses sont subtiles et prudentes. A Taznakht, Jamila, à l'Association Espace Taznakht ne pousse pas les visiteurs à acheter, observe leur goût et leur présente des tapis de la même veine, ne donnant pas d'informations redondantes ou non sollicitées, et elle a su gagner la confiance de son frère puisqu'en son absence, elle se charge des négociations des prix.

Conclusion

Une analyse qui considère les relations de pouvoir entre les femmes ainsi qu'entre les hommes, autant que celles entre les hommes et femmes nous permet d'aller au-delà d'une analyse simpliste de l'exploitation des femmes par leurs parents masculins et par les marchands qui les présenterait comme des victimes sans choix. Notre terrain nous a montré que les hommes aussi font de la résistance à l'ordre patriarcal, mais qu'ils sont

alliés dans leur exploitation des femmes. Cette analyse nous permet aussi de comprendre en partie pourquoi les femmes ne s'organisent pas encore collectivement en économie solidaire, pour défendre leurs droits, voire pour remettre en cause les rapports de genre.

Bibliographie

- Abu Lughod, L. 1989. Zones of theory in the anthropology of the Arab world. *Annual review of anthropology* 18: 67-306.
- Afshar, H. 1981. The position of women in an Iranian village, *Feminist review* 9, 76-86.
- Boulhriss, M. A. 2000. *Le Grand-Taznakht ou l'origine d'un des beaux tapis du Maroc*. Casablanca.
- Connell, R.W. 1987. *Gender and power*. Polity Press: Cambridge.
- Connell, R.W. 1995. *Masculinities*. London: Polity Press.
- Foucault, M. 1994. *Dits et Ecrits, IV 1980-1988*, Paris, Gallimard
- Kandiyoti, D. 1988. Bargaining with Patriarchy. *Gender and Society* 2 (3), 274-290.
- Lever, A. 1988. Capital, gender and skill: women homeworkers in rural Spain. In *Feminist Review* 30, Autumn 1988.
- M'Closkey, K. 2002. *Swept under the rug: a hidden history of Navajo weaving*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Mahmood, S. 2005, *Politics of piety: the Islamic revival and the feminist subject*, Princeton and Oxford, Princeton University Press.
- Mernissi, F. 1979a. Nos femmes invisibles rapportent des milliards. *Lamalif* 103, 30-37.
- _____ 1979b. The degrading effect of capitalism on female labour in a third world economy: the particular case of craft women in morocco. *Peoples mediterraneens-mediterranean people* 6, 41-57.
- _____ 2006. The woman behind the carpet. In *Femmes méditerranéennes et leurs droits* (ed.) F. Sadiqi, 1-3. Casablanca: Fedala Press.
- Mies, M. 1982. *The lace makers of Narsapur: Indian housewives produce for the world market*. London: Zed Books.
- Naji, M. 2007. Valeur des tapis marocains : entre productrices d'artisanat et marchands d'art. *Cahiers du genre*, 43 : 95-111
- O'Brian, R. 1999. Who weaves and why? Weaving, loom complexity and trade. *Cross-cultural Research* 33 (1), 30-42.
- Ortner, Sherry B 1995 Resistance and the problem of ethnographic refusal *Comparative studies in society and history* 37(1) : 173-193
- Scrase, T. 2003. Precarious production: globalisation and artisan labour in the Third World. *Third World Quarterly* 24 (3), 449-461.
- White, C. Sarah 1997. Men, masculinities, and the politics of development. *Gender and development* 5(2) 14-22